

证券代码：300005

证券简称：探路者

公告编号：2017-023

探路者控股集团股份有限公司 2016 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个人和连带的法律责任。

致同会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）变更为致同会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 594,195,936 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.00 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 5 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	探路者	股票代码	300005
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	张成		
办公地址	北京市海淀区知春路 6 号锦秋国际大厦 A 座 21 层		
传真	010-81788593		
电话	010-81788188		
电子信箱	zhang.cheng@toread.com.cn		

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务情况

报告期内，公司有效推进探路者户外生态社群建设，夯实户外用品、旅行服务、体育三大业务体系建设，促进各业务之间的协同发展。户外用品板块是集团现阶段的基石业务，以多品牌户外用品的研发设计、运营管理及销售为主，拥有专注于登山、徒步等领域的户外专业品牌探路者（TOREAD）、专注于自驾、越野等户外休闲领域的 Discovery Expedition 品牌、专注于户外骑行等领域的阿肯诺（ACANU）品牌，三大品牌共同为广大消费者提供性能可靠、外观时尚的户外用品，产品覆盖目前国内户外生活的主要领域；旅行服务板块目前主要作为集团用户流量的入口，同时是集团销售收入的重要贡献者，致力于为广大用户提供有温度的体验式旅行产品、路线等，主要包括易游天下等子公司；体育板块业务目前主要通过参与体育并购基金、内部孵化平台、集团并购投资等方式，加强对体育健身、体育培训方面优质标的的挖掘和整合。

（二）公司所处行业的发展阶段及市场地位

公司是国内户外用品行业中的首家上市公司，处于行业龙头地位，户外用品行业在近年来呈现出“高中放缓”的发展态势，市场竞争日趋激烈，考虑到国内经济运行缓中趋稳、稳中向好的大局、国家供给侧改革的推进、庞大的人口基数及户外运动的发展所处阶段等因素，国内户外用品行业市场在未来仍具有较为广阔的市场发展空间。但受目前国内户外行业短期内市场增速减缓、品牌竞争加剧等因素的影响，国内户外行业在短期内预计还会经历一段时间的市场调整期，同时这也将为国内户外用品企业整体迈向成熟、有序发展带来了契机，为行业内的优势品牌公司进一步壮大企业规模储备了动能。

为提升对用户的综合服务能力，构建户外社群生态体系，近年来公司新进入了旅行服务和体育这两个与户外用品行业关联的业务领域，先后通过投资并购的方式取得了体验式旅行服务机构易游天下等公司的控股权，并在冰雪运动、体育健身、体育培训等重点领域通过多种方式对优质标的进行了投资孵化。从产业规模来看，旅行服务和体育行业均具备良好的发展前景和空间，且与户外用品行业在用户、资源等方面存在较强的互补与协同关系。根据国务院公布的《十三五》旅游业发展规划》，到 2020 年旅游市场总规模达到 67 亿人次，旅游投资总额 2 万亿元，旅游业总收入达到 7 万亿元；国务院印发的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，明确提出到 2025 年中国体育产业总规模力争超过 5 万亿元。另外，2016 年下半年国家体育总局《水上运动产业发展规划》、《山地运动产业发展规划》及《航空运动产业发展规划》等文件的相继发布，以及 2022 年北京冬奥会的举办，都将为公司户外用品、体育等相关行业的发展带来良好的宏观环境及产业发展机遇。

结合上述内部经营和外部政策环境，公司将以“用户中心、极致产品、数据驱动、社群链接”的经营理念，加快互联网转型的步伐，更加聚焦于主营业务领域，以户外用品品牌业务为基石，通过体验式旅行、冰雪运动、赛事传媒、体育培训、户外活动等方面的业务布局为户外用品主业提供良好的支持与生态系统的协同，努力将公司打造成为以户外品牌运营为基础，以用户服务为中心的健康生活方式社群组织。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据
 是 否

单位：人民币元

	2016 年	2015 年	本年比上年增减	2014 年
营业收入	2,877,833,342.57	3,807,592,035.26	-24.42%	1,715,241,927.09
归属于上市公司股东的净利润	165,605,053.31	263,396,208.91	-37.13%	294,289,340.18
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	131,371,443.00	248,897,981.60	-47.22%	287,654,107.98

经营活动产生的现金流量净额	284,291,996.16	61,912,998.11	359.18%	290,912,435.00
基本每股收益（元/股）	0.2953	0.5139	-42.54%	0.5752
稀释每股收益（元/股）	0.2953	0.5137	-42.52%	0.5750
加权平均净资产收益率	7.51%	19.90%	-12.39%	26.26%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
资产总额	3,630,962,133.54	2,627,096,409.23	38.21%	1,767,323,140.08
归属于上市公司股东的净资产	2,770,362,902.91	1,419,557,180.37	95.16%	1,241,362,743.61

（2）分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	514,275,338.02	573,164,297.61	612,540,639.41	1,177,853,067.53
归属于上市公司股东的净利润	71,792,808.72	22,604,991.49	5,950,843.87	93,415,455.65
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	69,966,644.78	7,976,023.39	4,791,336.59	83,258,791.98
经营活动产生的现金流量净额	-130,217,831.48	-85,110,123.25	-5,817,323.31	481,476,528.76

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	32,939	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	39,575	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
盛发强	境内自然人	24.84%	147,600,974	110,700,730	质押	16,530,000	
王静	境内自然人	9.03%	53,632,598	40,224,448			
金鹰基金—工商银行—金鹰温氏定增 2 号资产管理计划	境内非国有法人	2.86%	17,002,518	17,002,518			
诺德基金—招商证券—诺德千金 1 号资产管理计划	境内非国有法人	2.76%	16,372,795	16,372,795			
中信建投基金—广发银行—中信建投基金方信 5 号资产管理计划	境内非国有法人	2.76%	16,372,795	16,372,795			
蒋中富	境内自然人	2.68%	15,907,589	11,930,692			
中国农业银行股份有限公司—工银瑞信高端制造行业股票型证券投资基金	境内非国有法人	2.01%	11,951,235	11,951,235			
工银瑞信基金—农业银行—工银瑞信投资管理有限公司	境内非国有法人	1.45%	8,627,205	8,627,205			

李润渤	境内自然人	1.05%	6,252,919	0	
兴证证券资管—浦发银行—兴证资管鑫众 51 号集合资产管理计划	境内非国有法人	1.03%	6,135,732	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明		1、股东盛发强先生与王静女士系夫妇，共同持有本公司 33.87% 的股份，为公司实际控制人。另外，股东蒋中富先生与王冬梅女士为夫妻关系，而王冬梅与王静为姐妹关系，股东李润渤为盛发强的外甥。2、除前述股东外，公司未知上述股东之间是否存在关联关系或是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。			

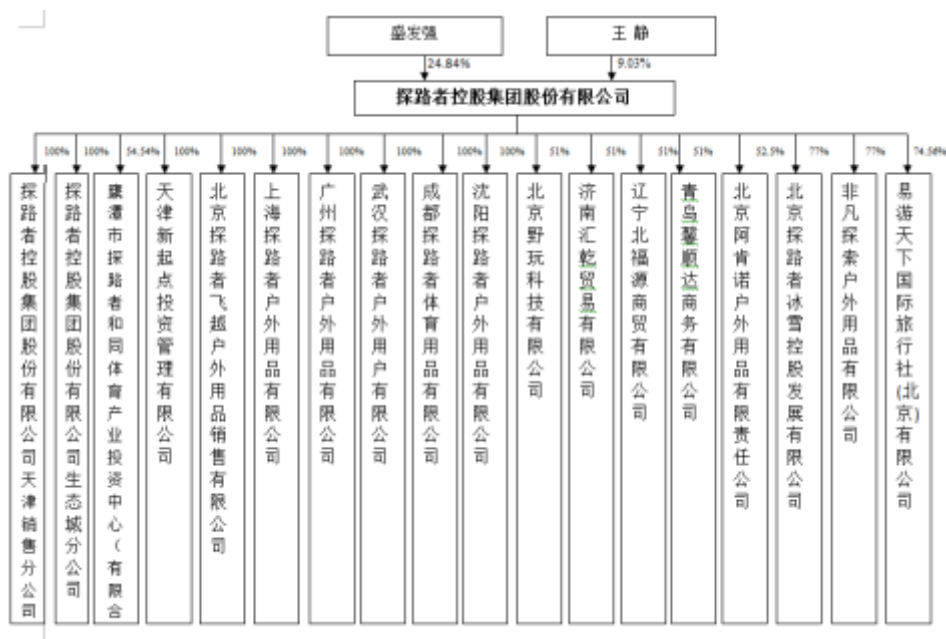
备注：报告期内，公司推出第一期员工持股计划，全额认购了“兴证证券资管—浦发银行—兴证资管鑫众 51 号集合资产管理计划”的次级份额，并于 2016 年 3 月 22 日完成了公司股票购买，股票锁定期为 12 个月，即 2016 年 3 月 23 日-2017 年 3 月 22 日。

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
否

报告期内，公司紧紧围绕 2016 年度经营计划，以“用户中心、极致产品、数据驱动、社群链接”的经营思想，有效推进公

司社群生态战略的实施，在经营业务管理优化、用户服务职能建设、集团业务板块协同、极致产品流程打造、过季库存降解及柔性供应链建设等方面均取得了良好成效。报告期内实现营业收入 28.78 亿元，归属于上市公司股东净利润 1.66 亿元，经营活动产生的现金流量净额 2.84 亿元。受益于公司经营管理的持续优化及管控效率的加强，2016 年度经营活动产生的现金流量净额大幅提升 359.18%，为归属于上市公司股东净利润的 1.72 倍；截至 2016 年末存货账面金额 2.93 亿元，较 2015 年末减少 46.24%，超额完成了 2016 年度过季产品库存降解目标，上述经营管理表现均表明公司实际经营质量得到有效提升。但在国内零售消费整体低迷、户外行业竞争持续加剧的背景下，及受公司库存降解、对用户服务职能投入增加、旅行服务板块升级转型、计提了大额资产减值准备等诸多因素的影响，公司营业收入及利润呈现了一定程度下降，营业总收入比去年同期减少约 24.42%；归属上市公司股东的净利润比去年同期减少约 37.13%。报告期内公司重点工作回顾：

（一）户外用品业务板块

随着国内户外运动行业的发展，登山、徒步、跑步、冰雪运动、自驾露营、骑行等各项细分户外运动的相继盛行，户外运动人群也由此被进一步细分，品牌定位和运营推广也将随之分类聚焦，报告期公司继续聚焦核心运动类目，提升核心科技功能，获取核心用户流量和黏性，将品牌打造成为细分产品品类的代表；同时，在以价格竞争为主要措施的线上流量的红利增速趋弱的背景下，线下渠道内部 ShoppingMall 等更具体验效果的店铺业态消费流量持续提升，由于国内外品牌相互渗透、相互竞争格局的进一步深入，公司据此有效调整渠道结构，加强销售渠道的体验互动功能，为广大用户提供高性价比、时尚功能特征兼备的产品，持续夯实公司旗下品牌在竞争发展中的成功基石。

具体来看，2016 年度公司户外用品板块业务实现营业收入 17.05 亿元，较去年同期降低 5.23%；其中公司两个主要品牌为 TOREAD（探路者）品牌和 Discovery Expedition 品牌。TOREAD（探路者）实现销售收入 15.22 亿元，较上年同期降低 8.32%，TOREAD（探路者）品牌电子商务渠道的收入达 4.45 亿元；Discovery Expedition 品牌实现销售收入 1.51 亿元，较去年同期增长 41.14%，其中来源于电子商务渠道的收入达 1.10 亿元。虽然受国内零售消费整体低迷、户外行业竞争持续加剧、公司库存降解工作等方面的影响，TOREAD（探路者）品牌的销售收入和净利润均呈现一定幅度的下降，但经营活动产生的现金流量净额大幅增加，实际经营质量得到有效提升，且新品牌 Discovery Expedition 仍保持了良好的发展增速，为公司户外用品板块多品牌业务矩阵的构建奠定良好基础，同时公司继续全面落实以 TOREAD（探路者）、Discovery Expedition 为基础的多品牌运营战略，不断强化核心竞争力、提升执行效率，在品牌推广、产品研发、供应链优化和渠道改善等方面均达成了预期成果。

（1）产品研发方面，加大研发力度与产品科技的注入，打造极致产品，有效执行“雪王计划”。第一，持续将行业内研发的新技术、新材料、新工艺恰当地应用于冲锋衣等防水透湿产品中，增强公司产品质量控制能力，在原有探路者研发实验室的基础上，报告期公司又新建了探路者风雨实验室等设施，风雨实验室将为探路者服装、装备及鞋品提供更具参考价值的测试环境和直观实际的穿着测试效果，更好地为探路者“极致产品成就超越之美”的产品保驾护航；报告期经过 CNAS 专家的现场评审，探路者实验室顺利通过 CNAS 换证复评审，实验室的管理体系及技术水平再次获得国家级认可；第二，为丰富探路者冬季运动领域的设计风格，在发挥内部设计人员潜力的基础上，公司充分借助外界力量，携手北京服装学院联合举办的冬季运动产品设计竞赛训练营项目等，不断挖掘新的设计思想，例如公司于 2016 年 10 月推出的 2016 滑雪系列新品就融入了更多时尚元素。第三，基于对研发持续投入和产品科技含量的提升，公司户外产品获得了外界的诸多好评，如 TOREAD 品牌的徒步登山鞋获德国 ISPO 金奖、多功能外套获德国 ISPO 银奖、光能量滑雪服及单向导湿内衣获德国 ISPO 银奖。同时，在中国户外产业年度评选活动，TOREAD 品牌获“中国户外领军品牌”、TOREAD 商旅背包获国产品牌装备大奖，Discovery Expedition 获“中国户外杰出品牌”、非凡探索 flight 超弹科技越野跑鞋获“国际品牌装备大奖”。这些奖项在宣传公司品牌和产品的时候，也肯定了公司持续加强研发投入的成效，激励公司持续为用户提供高性价比的户外产品及装备。有关 2016 年度的研发费用、整体研发情况、重大研发的重要进展及研发获奖产品等信息，请见下文“二、主营业务分析”之“4.研发投入”的具体内容。

（2）品牌建设和推广方面，公司更加深入用户，注重市场调研，通过签约代言人、举办主题活动等方式不断夯实并扩

大公司品牌影响力。第一，加强市场调研，精准了解市场需求。2016 年度，公司进行户外人群及相关品牌市场调研，通过用户分布格局、市场分布格局、消费者特征画像、户外用品需求及市场细分等大数据分析，更准确的了解市场和用户。第二，通过签约代言人、赞助电视真人秀节目、听取业内 KOL 关键意见领袖的意见等方式，不断加强公司品牌宣传和市场推广。报告期内，公司邀请国民女神高圆圆为春夏新款皮肤衣越野跑新品的代言人，邀请单板滑雪爱好者夏雨为滑雪系列产品的代言人；同时，公司旗下两大户外品牌 TOREAD 和 Discovery Expedition 共同支持全明星生存体验纪实真人秀《我们的法则》，为明星在户外生存提供安全防护装备；联合知名时尚户外设计师 Rico Lee 跨界推出智能温控雪服，并与东方卫视《我的新衣》合作，通过销售渠道通过唯品会走秀直播的方式，结合公司品牌冰雪推广项目进行良好的内容营销。第三，结合公司品牌宣传计划举办系列活动，不断提高公司品牌影响力。报告期内，公司携手天猫在国家体育场鸟巢举办的电音荧光跑活动有效宣传了探路者越野跑产品线，携手鸟巢成立冰雪联盟，整合全国冰雪资源，通过冰雪训练+冰雪比赛的创新，打造独立的品牌赛事 IP“SNOWONE 超级雪大奖赛”热雪燃冬助力冬奥，联合京张黑吉疆 5 大地区、6 大滑雪场、10 家滑雪户外平台推广传播品牌及滑雪产品，这些活动都进一步扩大和夯实了公司品牌定位和美誉度。

(3) 供应链优化方面，不断提升整个供应链系统的柔性供应和快速反应机制。第一，根据市场需求情况不断完善当季货品的快速补货机制，密切关注货品库销比、售罄率等关键指标的变动，增强产品的适销性和产品数量、品类的准确性，提高供应链响应速度；第二，持续推行精细化的管理模式，全面优化供应链全流程管理，集中产品主力中类、增加单品采购深度以获得有效的规模议价空间，充分发挥规模效应，持续获得产能和成本优势；第三，不断提高夯实供应商准入机制，发挥内部协同效应，不断提高和优化供应链的运行质量。

同时，公司超额完成了库存优化计划目标。为促进公司持续稳健发展，保持健康的库存水平，2016 年度公司启动了库存优化计划和可操作的供应链快反计划，通过进销存计划有效调控期货同比入仓率，并在销售过程中将渠道分层，利用线上线下特卖、折扣店等特殊渠道，在保证新品售罄率提升的基础上，有效降解公司过季产品库存。公司 2016 年末存货余额 2.93 亿元，较 2015 年末 5.44 亿元减少 46.24%，超额完成了公司 2016 年库存优化计划目标。公司在实现库存结构和绝对值优化的同时，通过柔性供应链的建设，力求快速了解产品终端销售信息，提升快速翻单补货的运营能力，从而降低期货采购占比，也相应降低了整体经营风险。

(4) 渠道改善方面，不断加强线下店铺的整合和线上店铺运营。首先，在线下店铺方面：为提升整体店效，公司对探路者品牌店铺进行了结构优化，关闭低效店铺，严格加强新开店的规划审批。截至报告期末，探路者连锁经营店铺总数为 1370 家。同时公司在报告期尝试推广多品牌集合店，通过 TOREAD 与 Discovery Expedition 的有效结合，在以奥特莱斯及 ShoppingMall 渠道为主的渠道加快多品牌集合店的布局，为广大户外消费群体提供户外运动、自驾、骑行等全方位的优质购物体验，2016 全年已完成 28 家集合店的开设与整改。Discovery Expedition 品牌 2016 年以提升店效、调整渠道结构为主，截止报告期末，Discovery Expedition 的线下店铺为 120 家。其次，在线上店铺运营方面，一是不断加强电商内容运营，如结合公司品牌活动（鸟巢荧光跑活动、雪王计划、赞助真人秀《跟着贝尔去冒险》、《我们的法则》等）进行电商互动与销售达成，与植物医生、爱康国宾、小米跨界合作，开展直播活动，在微淘粉丝运营上结合最 IN 的粉丝运营等，以提高店铺关注度及加强与会员的互动；二是大力降解电商库存，电商订单按照实际销售进行生产，严格控制库存量级；第三，持续提升电商运营团队的专业水平，2016 年电商在活动企划、内容运营、视觉运营、客服运营中结合外包合作，与外部市场学习和结合，团队自身专业性持续提高。

(二) 旅行服务业务板块

2016 年的旅行行业稳步增长，走出去成为民众常态化的生活选择，国内游、出境游、自由行、定制游的“自由、深度、私人化”的体验式旅行路线逐渐成为用户青睐的选择。同时，随着“互联网+”的进一步深入，线上旅游消费也继续渗透。

2016 年度，旅行服务板块业务实现营业收入 11.73 亿元，较去年同期减少 41.61%。旅行服务板块业务短期内营业收入降幅较大，及净利润大额亏损，主要是因为以易游天下为主体的旅行服务业务板块为提升长期持续发展的竞争力，在体验式旅行产品方面进行了大力的转型升级，减小了盈利能力较差的传统旅行产品服务的业务规模，在体验式旅行产品升级和产研

销一体化方面进行大量努力和尝试，虽然这些调整导致收入下滑及部分亏损，但上述举措的有效实施也为其在 2017 年度及后续年度的进一步发展打下良好基础。

(1) 加强渠道的运营管控,把握住用户资源。2016 年度易游天下以北京地区为主的渠道运营,在坚持风险把控的基础上,总部部门积极协助各旅行社门市做好线下服务接待,抓住机会拓展客户来源。同时,易游天下首次参加北京国际旅游博览会 BITE 展会,“9999 欧洲美国一起走”的主题展厅广受关注(3 天推广成交 260 人次),为易游的产品路线积累了良好口碑,也为全年欧洲产品线销售打下了坚实的基础。

(2) 打造主题产品线路,不断提升公司竞争力。易游天下围绕用户旅行痛点,以贴心服务为突破口,积极尝试主题类产品体系的打造,开设了少儿、骑行、滑雪、游学、商战、赛事等主题活动,并成功举办了“夜宿海洋馆”、“澳大利亚马拉松跑”、与邮轮产品结合的暑期“小小海洋家”、与商学院联合举办的“肯尼亚丛林穿越科考”等活动。这些主题产品活动短期内在交易规模和利润上还未实现较好收益,但从长期来看,这为易游天下进一步向体验式旅行的服务商转型积淀了很好的探索和经验。

(3) 与旅游景区进行合作,深入目的地做体验式元素的提炼。随着大众旅行的进一步深入,旅游形态从基本的观光旅游转向休闲、放松和娱乐为主的休闲度假旅游。报告期易游天下深挖景区资源的价值,结合消费升级的需求,经过实地考察和分析,已初步形成一套以户外、健康、环保、绿色、体验、互动为核心、结合体验式现场管家服务为一体的大型户外休闲主题公园的产品思路。

(三) 体育业务板块

伴随着消费升级的深入、国家政策的刺激、体育赛事的催化和资本市场的关注,我国体育行业市场化程度加深,进入加速发展的阶段,近年来体育人均消费和体育人口占比均有了显著增长。

2016 年度,公司对体育板块业务完成了初步布局,目前主要通过参与体育并购基金、内部孵化平台、集团并购投资等方式加强对体育健身、体育培训方面优质标的的挖掘和整合。

(1) 发起及参与设立体育产业基金,为公司储备优秀种子项目。2015 年初公司发起设立探路者体育产业并购基金,于报告期内完成 1.1 亿元的资金募集,并完成了对乐动天下、FitTime、奥美健康以及冰世界等重点项目的投资;报告期末,公司参与设立襄阳东证和同探路者体育产业基金,并于 2017 年初完成 2.4 亿元的资金募集。公司通过合作设立产业基金,借助外部专业团队对项目进行筛选,一方面保证了投资项目的优质性,在较好控制风险的同时获取投资收益;另一方面还可为公司未来进行产业的投资并购提供项目储备,拓展公司体育板块投资领域的布局,进一步增强公司的市场地位。

(2) 搭建内部孵化平台,助力优秀创新企业。报告期初公司成立了早期投资机构探梦工场,旨在以集团强大的资源支持及专业的孵化服务帮助户外、旅行、体育三大行业的创业者发展,支持民族品牌壮大,在探梦工场打造更多的独角兽企业,推动中国户外、旅行、体育行业的发展。截至目前,探梦工场已完成了对北京加恩科技有限公司、北京优个网信息技术有限公司、北京古德体育科技有限公司、新梦想足球俱乐部有限公司及北京梦想之巅峰体育俱乐部有限公司等优秀创业公司的参股投资。

(四) 集团层面主要工作

(1) 用户服务中心业务顺利开展

为加强户外健康生活方式及一站式会员增值服务体系规划、运营和推广,不断吸引追求健康生活方式的新探路者会员,为会员提供户外、运动及体验式旅行的极致产品和服务,报告期公司成立了用户服务中心。报告期内,用户服务中心在以下方面取得了预期的成效:第一,成功启动“掌上探路者”项目。“掌上探路者”是集团为用户打造的健康生活方式的综合服务平台,该平台集合了户外、体育、旅行健康等服务内容,并通过大数据抓取、追踪和分析,深刻洞察消费者需求和痛点,建立起为用户提供“健康生活方式”的会员增值服务体系,以此推动和促进探路者集团的产品、服务和组织的蜕变与升级。报告期内,“掌上探路者”已开始运营,其协同效应初见成效,如与 FitTime 合作的“探路者口袋减脂营”项目在短期内就帮助其获得

了预期用户数，与奥美健康合作的“三年登珠峰项目体能提升模块”也在推进中；第二，顺利推进“探路者云”项目。“探路者云”项目是公司未来发展的基础设施，承载了所有业务集成的系统集成平台，2016 年度完成了探路者云基础架构的建设，及完成了 Spotfire 商业智能分析体系、内部 IT 管理体系的设计和建设、基于 Oracle Siebel 的会员忠诚度管理体系的第一期建设和大数据管理平台的第一期建设；整合集团 SAP、Siebel、社群电商、SCRM 系统和绿野 S1 系统的数据，完成了 SAP BW 系统的升级，及旅行规划师 OTP 项目的开发，持续对旅游 B2B 交易系统 ETS、1u.comPC 网站和微信 H5 网站进行优化、升级和维护。第三，完善升级“六只脚”（户外 UGC 线路服务平台）项目。2016 年六只脚 app 发布了 android 和 ios 两个平台全新的 4.0 版本，启用了全新的地图引擎，在用户体验、使用流畅性、易用性上有了非常明显的提升；UGC 内容—户外轨迹线路从 40 万条增加到 60 万条；基于过去几年用户产生的数十条万户外线路轨迹和数百万户外照片，编辑整理了数百个国内知名的户外目的地信息，除了必要的文字和图片，还为每个目的地配套推荐了不同风格的徒步路线和重要的 poi，以适用于不同水平的户外人群需求；2016 年底“六只脚”设计并开发了户外活动板块，为用户提供发布和参与户外活动的入口，上线一个月用户自发产生的户外活动超过 300 个，覆盖全国大部分户外运动发达地区。

（2）成功完成非公开发行股票事项的募资，有效推进员工持股计划

在日常经营业务之外，作为一家公众公司，探路者充分重视合法利用资本市场的优势促进公司经营业务发展，并持续完善对投资者的服务。为促进公司发展战略的实现，进一步夯实公司经营资本、增强抗风险能力、满足公司生产经营、业务发展和战略布局对资金的需求，公司于 2015 年度推出的非公开发行股票事项在报告期内成功发行，公司非公开发行股票 8,000 万股，每股面值人民币 1.00 元，发行价格为人民币 15.88 元/股，募集资金总额为人民币 1,270,400,000.00 元，发行费用总额 13,743,400.00 元，募集资金净额 1,256,656,600.00 元。

为进一步健全公司长期、有效的激励约束机制，调动管理者和公司员工的积极性，吸引和保留优秀管理人才和业务骨干，更好地促进公司长期、持续、健康发展，在公司第一期和第二期股权激励计划行权期相继结束后，报告期初公司又推出第一期员工持股计划，初始筹集资金总额 3605 万元，全额认购兴证证券资产管理有限公司设立的兴证资管鑫众 51 号集合资产管理计划的次级份额，并由兴证资管鑫众 51 号集合资产管理计划按照 1:2 的比例配置优先级份额，公司实际控制人之一盛发强先生为鑫众 51 号集合计划优先级份额的权益实现提供担保，兴证资管鑫众 51 号集合资产管理计划完成总额为 10815 万元的资金募集。2016 年 3 月 22 日，公司第一期员工持股计划认购的“兴证资管鑫众 51 号集合资产管理计划”完成了公司股票购买，股票锁定期为 12 个月，即 2016 年 3 月 23 日-2017 年 3 月 22 日。

（3）持续完善投资者关系管理，为股东创造更大价值

在投资者服务方面，公司在及时、准确、完整、规范地进行信息披露的基础上，通过电话、传真、网络、现场等多种方式积极与投资者沟通交流，及时回答投资者的疑问。此外，公司于每个月第三周的星期二下午定期举办投资者交流活动（定期报告前 1 个月等敏感期内暂停），并在公司集团化发展的战略发布后举行大型投资者深度沟通会议，公司董事、高级管理人员亲自出席投资者交流会并与投资者现场沟通交流并有效听取投资者对公司发展的建议，一方面加强了投资者对公司的认知和了解，另一方面公司也塑造了透明、规范、诚信、活力的资本市场形象，推动着公司整体价值的提升。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项**(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明**

√ 适用 □ 不适用

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
根据《增值税会计处理规定》（财会〔2016〕22号）的规定，2016年5月1日之后发生的与增值税相关交易，影响资产、负债等金额的，按该规定调整。利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目，房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等原计入管理费用的相关税费，自2016年5月1日起调整计入“税金及附加”。	第三届董事会第二十七次决议	

受影响的报表项目：税金及附加、管理费用；各影响金额为2,356,864.45元、-2,356,864.45元。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

详见《2016年度报告》第十一节、财务报告中“六、合并范围的变更”。